Inlämningsuppgift: Grundläggande Marknadsföring

Företagsekonomi 1

Namn: _____

Klass: _____

Introduktion

Du har fått i uppdrag att ta fram en enklare marknadsföringsplan för ett företag. Du kommer att få arbeta med grundläggande delar inom marknadsföring som att identifiera en målgrupp och använda marknadsmixen (4P).

Del 1: Välj ett företag

Välj ETT av företagen nedan som du vill arbeta med. Företagen är påhittade.

- 1. Ett nystartat café i din stad som säljer ekologiskt kaffe och hembakat fika.
- 2. En webbutik som säljer unika mobilskal designade av lokala konstnärer.
- 3. En cykelreparatör som erbjuder service och reparationer hemma hos kunden.

- Mitt valda företag: Ett nystartat café i din stad som säljer ekologiskt kaffe och hembakat fika.

Del 2: Beskriv din målgrupp

En målgrupp är den grupp av kunder som företaget främst vill nå. Beskriv din målgrupp genom att svara på frågorna nedan.

Ålder:

Vilken åldersgrupp vill du nå? (t.ex. 16-25 år)

Svar: alla åldrar

Intressen:

Vad har personerna i din målgrupp för intressen? (t.ex. miljö, teknik, sport)

Svar: Miljö, sociala medier, att fika med vänner, studier, hållbar livsstil.

Behov:

Vilket behov eller problem löser din produkt/tjänst för målgruppen?

Svar: Målgruppen vill ha en mysig plats att plugga eller umgås på. De vill också kunna dricka gott kaffe som är ekologiskt och bättre för miljön.

Del 3: Marknadsmixen (4P)

Marknadsmixen är företagets verktyg för att nå sin målgrupp. Den består av Produkt, Pris, Plats och Påverkan. Beskriv de fyra delarna för ditt valda företag.

1. Produkt

Beskriv företagets produkt eller tjänst. Vad är speciellt med den?

Svar: Företaget säljer ekologiskt kaffe och hembakat fika. Det som är speciellt är att allt är ekologiskt och bakat på plats. Caféet har också en

mysig miljö med sköna soffor och gratis WiFi.

2. Pris

Vilken prisnivå ska produkten ha (lågt, medel, högt)? Varför? Jämför gärna med en konkurrent.

Svar: Prisnivån är medel. Det är lite dyrare än vanliga caféer eftersom produkterna är ekologiska, men billigare än stora kedjor som Starbucks. Kunderna är villiga att betala lite mer för kvalitet och miljövänliga produkter.

3. Plats

Var ska produkten säljas? (t.ex. i en fysisk butik, på en webbplats, på sociala medier)

Svar: Produkten säljs i en fysisk butik i centrum där många ungdomar och studenter rör sig. Vi finns också på sociala medier.

4. Påverkan (Reklam/Kommunikation)

Hur ska företaget berätta om sin produkt för målgruppen? Välj EN kanal (t.ex. Instagram, TikTok, en lokaltidning) och ge ett konkret exempel på en reklamaktivitet.

Exempel: 'Vi ska använda Instagram. Vi lägger upp en bild på vårt ekologiska kaffe med ett erbjudande: "Köp en kaffe, få en kanelbulle på köpet".'

Svar: Vi ska använda Instagram. Vi lägger upp bilder på våra bakverk och kaffekoppar i en mysig miljö.
Exempel på reklam:
“Pluggar du inför prov? Visa ditt studentkort och få 10% rabatt på valfri fika!”

Del 4: SWOT-analys

En SWOT-analys hjälper företaget att förstå sina styrkor, svagheter, möjligheter och hot. Ge ETT exempel för varje del i tabellen nedan.

INTERNT (Inom företaget)	EXTERNT (Utanför företaget)
Styrkor (S): Vad är företaget bra på?	Möjligheter (O): Vad kan hjälpa

Exempel: Ekologiska produkter och hembakat fika som ger hög kvalitet.	företaget? Exempel: Fler människor bryr sig om miljön och vill handla hållbart.
Svagheter (W): Vad kan företaget förbättra? Exempel: Nystartat företag som inte är så känt ännu.	Hot (T): Vad kan skada företaget? Exempel: Konkurrens från andra caféer i staden.

Del 5: Etik i marknadsföring

All marknadsföring måste följa lagar och regler. Marknadsföringslagen säger bland annat att reklam inte får vara vilseledande.

Hur kan ditt företag se till att er reklam är ärlig och inte lovar för mycket?

Svar: Företaget kan se till att reklamen är ärlig genom att bara säga sådant som är sant. Om vi skriver att kaffet är ekologiskt måste det verkligen vara det. Vi ska inte överdriva eller lova saker vi inte kan hålla.

Lycka till!